

Komodifikasi penggunaan jilbab sebagai gaya hidup dalam majalah muslimah (analisis semiotika pada rubrik mode majalah Noor)

Dwita Fajardianie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20289892&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas bagaimana kini jilbab yang telah menjadi gaya hidup di masyarakat muslim Indonesia dijadikan komoditas pada majalah Noor. Jilbab yang digunakan oleh perempuan muslim pada dasarnya untuk menutupi auratnya, namun kini ditampilkan sebagai jilbab yang fashionable dengan berbagai macam model. Maka penelitian ini mencoba mengkaji gambar-gambar jilbab yang ditampilkan oleh majalah Noor dengan menggunakan teknik analisis semiotika dari Roland Barthes.

Tujuan penelitian ini, untuk mencoba mengangkat mitos yang ada pada gambar-gambar tersebut. Mitos yang dihasilkan pada gambar tersebut menunjukkan bahwa perempuan haruslah cantik. Dari mitos tersebut kemudian peneliti menemukan bahwa jilbab dijadikan komoditas oleh media dengan menunjukkan bahwa setiap perempuan yang menggunakan jilbab dapat juga tampil cantik dan modis. Hal tersebut tentu tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi isi media seperti pekerja media, rutinitas, organisasi, ekstra media, dan ideology yang ada pada majalah Noor.

.....This inquiry is aimed to see how hijab has become a lifestyle for Indonesian Moslems, and holds its role as a commodity, exposed in Noor magazine. Hijab is knowingly used for Moslem women, basically, to cover their nakedness, but it is now commonly shown fashionably and comes in various styles. Using Roland Barthes semiotic analysis, this inquiry tries to assess the images of hijab which are being presented by Noor magazine.

The aim of this inquiry is to find myths from the images in the magazine. The myth found from the images, signifies that women should look beautiful. This shows that hijab is being modified into a commodity by the media by showing that women that wear hijab can also look beautiful and stylish. This result is an outcome from several elements that affect the media contents, such as the media worker, the routines, the organization, extra media, and the ideology which existed in Noor magazine.